

УДК 006.35(100)ISO/.83:378.1/.212.2

**ВИКОРИСТАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ ЗВОРОТНЬОГО ЗВ'ЯЗКУ
ІЗ ВСТУПНИКАМИ ПРИ ПРОЕКТУВАННІ ТА РОЗВИТКУ СИСТЕМИ
УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ВНЗ**

І.П. ТАВЛУЙ

Національний університет біоресурсів і природокористування України

Проведено соціологічні дослідження за зворотнім зв'язком із вступниками ВНЗ; визначені очікування споживачів та проаналізовано доцільність їх врахування при проектуванні та розвитку СУЯ вищого навчального закладу; розроблений комплексний критерій оцінки рівня задоволеності вступників

Одним із ключових принципів системи управління якістю [1, 2] є орієнтація на споживача. Для вищих навчальних закладів реалізація даного принципу полягає у виявленні, аналізуванні, задоволенні вимог і очікувань споживачів шляхом управління відповідними процесами системи управління якістю ВНЗ.

Якість освітніх послуг передбачає їх здатність задовольняти потреби та очікування конкретного споживача. Таким чином, ВНЗ повинні застосовувати механізми, які б ще на стадії проектування СУЯ дозволяли визначити саме ті процеси, управління якими забезпечить задоволення потреб споживачів.

З іншого боку, результатом використання стандартів вищим навчальним закладом, зокрема ДСТУ ISO 9001: 2009 [2], повинне стати досягнення оптимального ступеня впорядкування у певній сфері, результатом якої є підвищення ступеня відповідності продукції, процесів та послуг їх функціональному призначенню [3] та покращення техніко-економічних показників діяльності ВНЗ. В умовах зростаючої конкурентної боротьби серед ВНЗ, як за своїх споживачів, якими виступають вступники вищих навчальних закладів, так і за ресурси, ефективність витрачання яких посилюється в умовах недостатнього фінансування освітніх закладів, ці фактори набувають своєї актуальності і потребують додаткового вивчення.

Об'єкти та методи дослідження

Аналіз досліджень і публікацій свідчить про те, що проблема підвищення якості продукції та послуг є актуальною і увага до неї зростає. Серед найбільш вагомих досліджень, які висвітлюють питання управління якістю в освітній сфері, слід відзначити праці таких дослідників: Л. М. Віткін, П.Я. Калита, С. А. Степанов, Г.І. Хімічева, та інші. Але питання управління якістю у вищих навчальних закладах України досить залишається недостатньо вивченим, з огляду на низьку активність українських вишів з впровадження СУЯ.

При вирішенні завдань, поставлених у цій роботі, були проведені соціологічні дослідження, використані соціологічний аналіз та статистичні методи [4].

Постановка завдання

Метою даної роботи є виявлення та аналіз вимог і очікувань вступників ВНЗ; використання отриманих результатів для проектування СУЯ, яка б забезпечувала якість набору, задоволення вимог споживачів і раціональне витрачання ресурсів вищих навчальних закладів.

Результати та їх обговорення

Як правило, для вищих навчальних закладів виділяють 4 групи споживачів: абітурієнти (вступники); студенти (слухачі); випускники; підприємства, організації та установи - роботодавці. Важливість дослідження вимог вступників ВНЗ зумовлена необхідністю у забезпеченні якості набору, яка зростає при збільшенні конкурсу на напрям підготовки [5, 6].

У 2010 році відділом управління якістю НУБіП України була розроблена система моніторингу потреб споживачів університету, яка включає декілька досліджень [7], що регулярно проводяться у ВНЗ, одним із яких є дослідження «Зворотній зв'язок із вступниками НУБіП України». Це дослідження було направлене на вирішення наступних завдань:

- визначення найбільш ефективних каналів поширення інформації про університет;
- аналіз факторів, які впливають на вступників при обранні ВНЗ;
- аналіз факторів, які впливають на вступників при обранні напряму підготовки;
- визначення очікувань вступників від навчання в НУБіП України.

Для вирішення поставлених завдань під час вступної кампанії у 2010 році було проведено анкетування вступників НУБіП України. В анкетуванні взяли участь 525 респондентів по всіх напрямках підготовки, що складає 6,5 % від загальної кількості вступників. Вибірка респондентів формувалась випадковим образом на основі методу Монте-Карло, із використанням генератору рівномірного розподілу випадкових чисел на всьому проміжку номерів елементів генеральної сукупності.

При допущенні Гаусового розподілу факторів, що досліджуються, гранична похибка даної вибірки не перевищить 4,5 % отриманих у роботі результатів із довірчою ймовірністю $P_d = 0,95$.

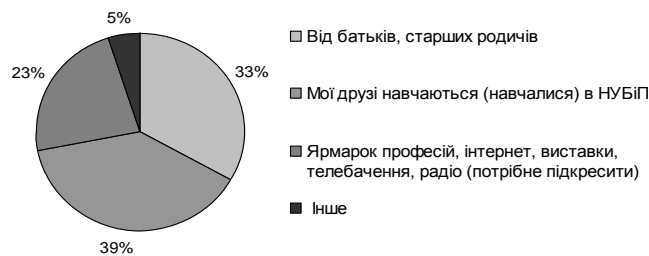


Рис.1 Ефективність каналів поширення інформації про вищий навчальний заклад



Рис. 2 Фактори впливу на вступників при обранні ВНЗ

Отримані дані свідчать (рис.1), що найбільш ефективним каналом поширення інформації про НУБіП України є його студенти, випускники (39%) та батьки абітурієнтів (33%). Таким чином, пріоритетом для проведення профорієнтаційної діяльності слід вважати залучення до неї студентської організації університету та поширення інформації про ВНЗ через підприємства, де працюють батьки і старші родичі потенційних вступників.

Аналіз факторів впливу на вступників при обранні ВНЗ (рис.2) засвідчив: найбільш ефективним фактором впливу на вступників при обранні ВНЗ є поради батьків та знайомих (53%), що підтверджує доцільність встановлення пріоритетів з профорієнтаційної діяльності у сторону останніх.

Алгоритм встановлення пріоритетів із профорієнтаційної діяльності представлений на рис.3:

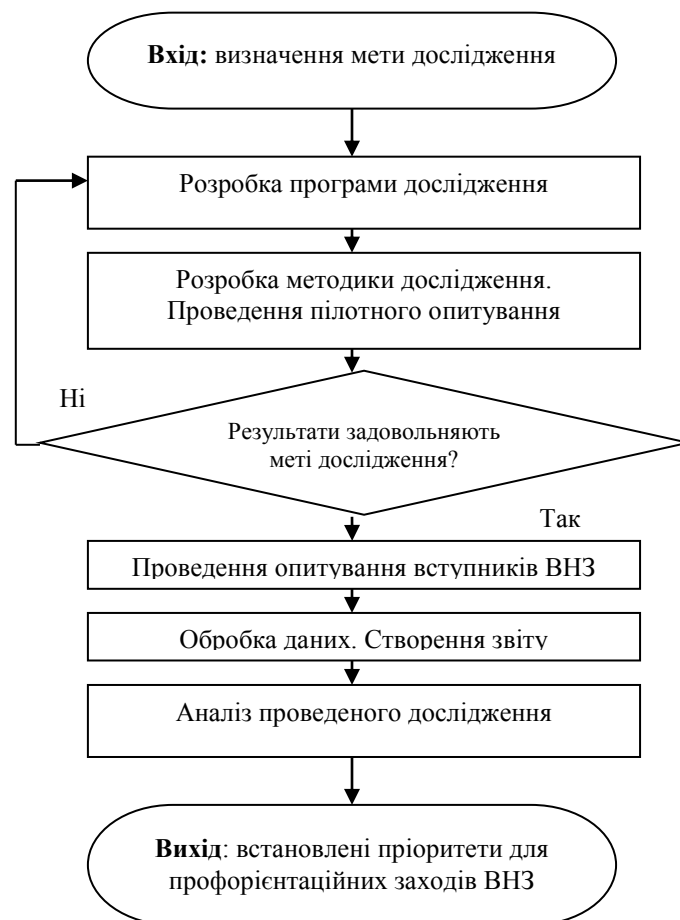


Рис. 3. Алгоритм проведення соціологічних досліджень за напрямом «Зворотній зв'язок із вступниками ВНЗ»

На вибір напрямку підготовки (рис.4) безпосередньо впливає сподівання вступника знайти гідну роботу за спеціальністю (88%). Тому розвиток СУЯ ВНЗ повинен забезпечуватися шляхом відкриття нових спеціальностей, затребуваних ринком праці, прогнозуванням їх перспективності та, відповідно, якісним поданням інформації під час проведення профорієнтаційної роботи.

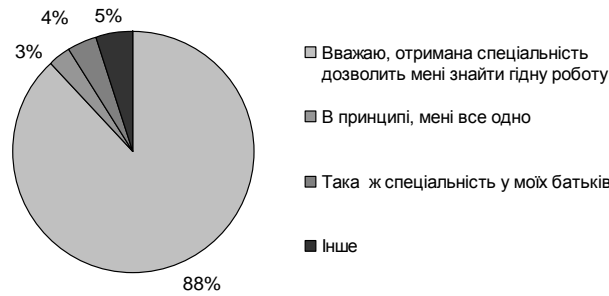


Рис. 4. Фактори впливу на вступників при обранні напрямку підготовки

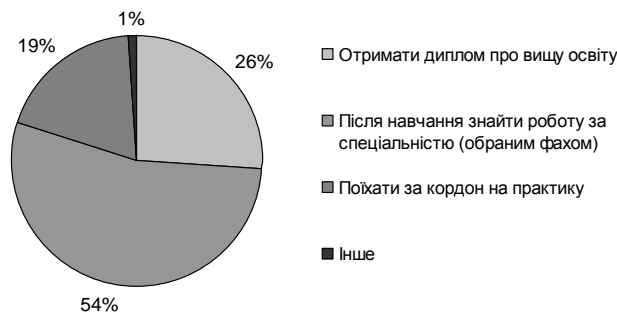


Рис. 5. Очікування вступників від навчання в НУБіП України

Очікуванням вступників від навчання в НУБіП України (рис.5) є конкурентоздатність на ринку праці - гарантія працевлаштування за спеціальністю (54%), що ставить перед ВНЗ незмінну ціль у сприянні працевлаштуванню випускників університету та налагодження партнерських стосунків із наступною категорією споживачів вищого навчального закладу – підприємствами-роботодавцями.

За результатами дослідження, 19 % опитаних респондентів висловили очікування щодо проходження практик за кордоном під час навчання у ВНЗ. Таким чином, при проектуванні СУЯ НУБіП України є доцільним визначення окремого процесу «Міжнародна діяльність», з метою задоволення, у тому числі, і висловленого очікування вступників.

Оцінку загального рівня задоволеності вступників пропонується проводити за критерієм $Q_{Вст}$, який представляє собою квадратичну зважену згортку нормованих значень одиничних показників, таких як працевлаштування випускників $Q_{П}$, відрахування студентів із ВНЗ під час навчання $Q_{В}$ та міжнародної мобільності студентів $Q_{ММ}$.

Таким чином, $Q_{Вст}$ буде представлений наступною формулою:

$$Q_{Вст} = \bar{Q}_{Вст}^T A \bar{Q}_{Вст}, \tag{1}$$

де $Q_{\vec{A}\vec{n}\vec{d}}$ – трьохвимірний вектор нормованих значень одиничних критеріїв, кожна складова якого буде мати вигляд:

$$Q_{Bcm1} = \frac{q_{II} - q_{II\min}}{q_{II\max} - q_{II\min}}; \quad Q_{Bcm2} = \frac{q_B - q_{B\min}}{q_{B\max} - q_{B\min}}; \quad Q_{Bcm3} = \frac{q_{MM} - q_{MM\min}}{q_{MM\max} - q_{MM\min}},$$

а матриця $A = \begin{vmatrix} a_{II} & 0 & 0 \\ 0 & a_B & 0 \\ 0 & 0 & a_{MM} \end{vmatrix}$ - діагональна матриця вагових коефіцієнтів одиничних показників,

визначених за результатами анкетування вступників. У нашому випадку, вона буде мати такий вигляд:

$$A = \begin{vmatrix} 0,54 & 0 & 0 \\ 0 & 0,26 & 0 \\ 0 & 0 & 0,2 \end{vmatrix}, \quad \sum a_{11} + a_{22} + a_{33} = 1.$$

Висновки

1. В результаті проведених досліджень були визначені пріоритети для профорієнтаційної діяльності вищого навчального закладу, що дасть змогу підвищити рівень якості набору вступників та більш ефективно використовувати ресурси ВНЗ.

2. Аналіз очікувань вступників від навчання у ВНЗ показав доцільність при проектуванні СУЯ ВНЗ визначення окремого процесу «Міжнародна діяльність».

3. Для оцінки рівня задоволеності вступників вищих навчальних закладів розроблений комплексний критерій, значення якого може бути використано при формуванні цілей у сфері якості ВНЗ.

ЛІТЕРАТУРА

1. Система управління якістю. Основні положення та словник (ISO 9000:2005, IDT): ДСТУ ISO 9000:2007. - [Чинний від 01.01.2008]. - К.: Держспоживстандарт України, 2008. - 29 с. - (Національний стандарт України).
2. Система управління якістю. Вимоги (ISO 9001:2008, IDT): ДСТУ ISO 9001 : 2009. - [Чинний від 01.09.2009]. - К.: Держспоживстандарт України, 2009. - 26 с. - (Національний стандарт України).
3. Закон України «Про стандартизацію» від 17 травня 2001 р. «2408-III».
4. Чорней Р.К. Практикум з теорії ймовірностей та математичної статистики / Р. К. Чорней, О. Ю. Дюженкова, О. Б. Жильцов та інші – К.: ДрУк, 2003. – 327 с.
5. Василевич Л. Ф. Модель для визначення оптимального конкурсу в вищі навчальні заклади // Матеріали VII наукової конференції ДУІКТ «Сучасні тенденції розвитку технологій в інфокомунікаціях та освіті». – 2011. – С.120.
6. Віткін Л.М. Системи якості ВНЗ: теорія і практика / Л. М. Віткін, О. І. Волков, Г. І. Хімічева, А. С. Зенкін – К.: «Наукова думка», 2006. – 301 с.
7. Паніна Н. В. Технологія соціологічного дослідження / Н. В. Паніна – К.: Наукова думка, 1996. – 231 с.